

冲着广告代言人买产品， 质量有问题能向这人索赔吗？

这种事，不止消费者要小心，代言人、广告主也要当心



本报记者 陈普阳

自己没用过的产品能代言吗？

“在商业广告中，代言人虽然受聘于产品企业，但要强调的是，代言人的所作所为也是有底线的，并承担相应的法律后果。”鲁律师说，如果想要给企业做广告代言，那么所要遵循的第一条原则就是：不说假话。

鲁律师说，根据《广告法》第4条规定，广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者，“以‘百变神医’刘洪滨为例，她以虚假的身份和内容欺骗、误导消费者，这就是典型的虚假广告。一旦对消费者造成损害，那么她作为广告代言人，就应当与广告主承担连带的民事责任。”



就在这起“神医”事件闹得沸沸扬扬之际，6月底，江苏淮安警方也打掉了一伙专门以卖药行骗的团伙，其中就包括该广告的代言人——“神医”胡祖秦。该团伙在电视广告中推销药品，但消费者购买药物后却发现并没有任何效果。警方经调查发现，代言人胡祖秦并非其宣称的“著名肝病专家”，也不是“首都医科大学附属第一医院主任医师”，其真实身份是甘肃省某中医院的医师，虽然当过医生，但在广告中宣传产品时所涉及的领域与她的专业领域根本不符。目前，胡祖秦因涉嫌虚假广告罪被警方刑事拘留。

近日，国务院食安办等九部门发布了《食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案》(以下简称《方案》)，严厉打击违规营销宣传产品功效、误导和欺骗消费者等违法行为。根据《方案》，发布食品、保健食品虚假广告，欺骗和误导消费者，使消费者权益受到损害，由广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人依法承担民事责任。广告代言人在虚假广告中向消费者推荐商品或者服务，使消费者的合法权益受到损害的，应当依法承担连带责任。

“对于真实性的要求，是贯穿于整个品牌代言的始终，因此如果被邀请做产品的代言人，自己就得先进行体验。”鲁律师说，根据2015年新《广告法》第38条规定，广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明，应当依据事实，符合本法和有关法律、行政法规规定，并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。“如新《广告法》出台前，台湾艺人罗志祥曾为某款卫生巾产品作代言，那么今后像这类自己无法使用的产品代言就不被允许了”。

“苗医传承人”“中医养生专家”“御医世家传人”……不久前，变换身份在各种广告中露面的刘洪滨，被媒体曝光了。从2014年到2017年短短三年里，她以各种头衔频频亮相于电视荧屏，推销保健品，被网民戏称为“中国最忙碌的虚假广告表演艺术家”。有关广告代言的话题也因此成了众人关注的焦点。

广告代言人究竟应该承担哪些责任？企业在做广告时应避开哪些“坑”？消费者因相信代言人而买了虚假产品，又该如何维权？7月14日晚上7:30，本报微信公众号(zjfbz)主办的“法治微沙龙”特别邀请浙江一墨律师事务所律师鲁秦，围绕这些话题上了一堂“微课”。本期《看法》栏目将本次“微课”的精彩内容整理刊出，方便大家阅读。



本期“微课”主讲人：鲁秦律师

如果您还想了解更多的法律知识，可以关注本报微信公众号，我们会定期推送大家关心的话题。如果您有想听的课程，也可在关注本报公众号后发微信给我们，我们将从中选择话题，邀请专家上课。



花钱请马拉多纳代言怎么被告了？

代言产品要谨慎，找人代言也要谨慎，2013年发生的一起广告代言纠纷案，就值得企业引以为鉴。

这起纠纷案的原告是世界著名球星马拉多纳，被告是我国的两家游戏公司。马拉多纳表示，对方在没有获得授权的情况下，在游戏页面中使用他的肖像和签名。

两家游戏公司则辩称，他们是通过案外人陆某与原告马拉多纳进行了代言事宜的协商。在陆某安排下，相关负责人还与马拉多纳会面，大家合影留念。之后，他们通过陆某支付了25万美元的代言费用后使用了马拉多纳的肖像，“我们也是在收到律师函后才知道被骗了，《代言协议》上所谓原告的签字均非马拉多纳本人签署，马拉多纳也从未收到代言费用”。最终，法院判决两家公司赔偿马拉多纳300万元。

“广告主与广告代言人签订代言合同，必须双方达成合意。虽然陆某有意隐瞒了相关情况，但广告主没有尽到审查义务，存在过错。”鲁律师说，首先，广告主未能确定该中间人是否具有代理权限；其次，仅凭一个签名就认为是马拉多纳本人真实意思的表示，最终导致了侵权行为的发生。这场“乌龙闹剧”的相关损失，广告主可以向陆某进行追偿，同时陆某的行为已构成诈骗，广告主还应向公安机关报案，用法律武器维护自身权益。

除了广告主对广告的把关要严，广告发布者也应注意对广告的审查把关。2009年，我省某地的电视台就被市民陆女士告上了法庭，原因和一则广告有关。

原来，陆女士在该电视台上看到了一则炒股推荐广告，该广告声称“10天内可以让你的股票涨120%”。陆女士心动了，按对方要求汇去了54.2万元。不曾想，对方却是骗子。陆女士认为，该电视台疏于审查，导致其遭受损失，应当承担赔偿责任，于是诉至法庭。最终，法院支持了陆女士的诉求。

“作为广告发布者，除了须具有合法的经营资格，在发布广告前，应对广告内容，不得发布与审批内容不相符的广告。”鲁律师说，如果广告发布者明知虚假广告仍然发布的，将视其情节，轻则会被罚款，重则会被暂停业务或吊销执照，构成犯罪的，还要被追究刑事责任。根据《刑法》第222条的规定，广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定，利用广告对商品或者服务作虚假宣传，情节严重的，处二年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。近日出台的《方案》也明确提出，将加大对电视、广播、报刊、互联网等广告经营者、发布者的监督检查，督促广告经营者、发布者切实履行广告审查责任。

吃坏了肚子能找代言人索赔吗？

说了那么多有关代言的事，消费者可能更想知道的是：当遇到产品质量缺陷或对其服务不满时，到底该找谁负责呢？

2016年，重庆的消费者黄奶奶以吃了某款中老年奶粉腹痛、腹泻为由，将销售商和品牌代言人邓婕告上了法庭，要求对方承担相关责任。黄奶奶说，她是因为相信邓婕，所以才买了奶粉，结果竟然吃出问题。

法院认为，原告只举示了医院的两个门诊病历。该病历根据患者的口述形成，并没有相关检验报告，也没有相关医疗资料、鉴定文书佐证。最终，法院以缺乏“奶粉吃坏身体”的相关证据，判决驳回原告相关诉求。

“在现行的司法诉讼中，我们遵循的是‘谁主张谁举证’原则。也就是说，黄奶奶如果觉得自己身体不适是因该产品引起的，那么就需要提供专业机构所出具的相关证据。”鲁律师表示，在遭遇问题产品的时候，消费者首先应就产品或服务与其受到损害之间是否具有因果关系作出证明，这是维权中最为关键的部分。

“在生活中，不少人都是冲着代言人的明星效应而去购买产品的。产品出了问题，消费者自然也可以要求代言人承担相关责任。”鲁律师说，不同情况下代言人所要承担的责任是不一样的，这一点在《广告法》中也予以了明确，“简单来说，对涉及到消费者

生命健康的商品或服务的虚假广告，广告代言人无条件承担连带赔偿责任。对不涉及消费者生命健康的商品或服务的虚假广告，广告代言人有条件承担连带责任，即在‘明知或者应知广告虚假’的情况下承担连带责任。”

